

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi menjadi salah satu komoditas perkebunan strategis di Indonesia yang memiliki peran penting dalam menopang perekonomian nasional. Selain sebagai komoditas ekspor unggulan, kopi juga mengalami peningkatan konsumsi domestik yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan gaya hidup masyarakat, meningkatnya budaya bekerja di luar rumah (*remote working*), serta berkembangnya tren konsumsi berbasis pengalaman (*experience economy*) telah mendorong meningkatnya permintaan terhadap produk kopi siap saji yang disediakan oleh *coffee shop*.

Peningkatan konsumsi kopi mendorong tumbuhnya industri hilir berbasis kopi, khususnya *coffee shop*. Data Gabungan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia menunjukkan bahwa konsumsi kopi domestik meningkat setiap tahun. Kondisi tersebut menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk membuka *coffee shop* baru. Namun, meningkatnya jumlah *coffee shop* juga menyebabkan persaingan usaha semakin tinggi sehingga tidak semua usaha mampu bertahan dalam jangka panjang.

Seiring persaingan yang kian ketat, keberhasilan sebuah *coffee shop* ditentukan bukan hanya oleh mutu produk dan konsep usahanya, tetapi juga oleh kemampuan pemilik dalam mengelola keuangan. Banyak usaha mengalami kegagalan bukan karena produknya tidak diminati, tetapi karena lemahnya pengelolaan investasi, arus kas, biaya operasional, serta ketidakmampuan mengevaluasi kelayakan usaha secara finansial.

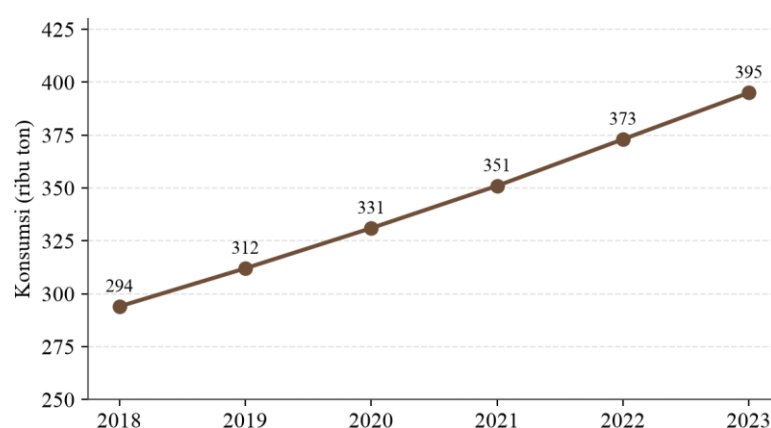
Berdasarkan data International Coffee Organization (ICO, 2023), tingkat konsumsi kopi dunia mencapai sekitar 177 juta karung berukuran 60 kilogram pada

tahun 2022/2023, dengan rata-rata pertumbuhan 2,5% per tahun sepanjang satu dekade terakhir. Menduduki peringkat keempat sebagai negara penghasil kopi terbesar dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia, Indonesia memiliki peluang besar dalam pengembangan industri kopi secara menyeluruh, dari hulu ke hilir. Kondisi ini menunjukkan bahwa kopi kini bukan lagi sekadar minuman pelengkap, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern di berbagai wilayah, Indonesia salah satunya. Peningkatan konsumsi ini didorong oleh berbagai faktor, mulai dari meningkatnya tingkat urbanisasi dan perubahan pola hidup hingga semakin tingginya keterjangkauan produk kopi di berbagai segmen harga.

Di Indonesia, budaya minum kopi mengalami transformasi yang sangat signifikan selama satu dekade terakhir. Konsumsi kopi tidak lagi terbatas pada kalangan orang dewasa dan pekerja, melainkan telah merambah seluruh lapisan masyarakat, termasuk generasi milenial dan generasi Z. Fenomena ini diperkuat oleh perubahan pola konsumsi yang lebih berorientasi pada pengalaman, di mana konsumen tidak hanya mencari cita rasa kopi, tetapi juga suasana, estetika, dan identitas sosial yang ditawarkan oleh kedai kopi. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Toffin Indonesia (2023), sekitar 67% konsumen kopi di Indonesia lebih memilih menikmati kopi di kedai kopi dibandingkan membuat kopi sendiri di rumah. Temuan ini menegaskan bahwa kedai kopi telah bertransformasi menjadi ruang sosial dan ruang produktif bagi banyak kalangan masyarakat Indonesia, bukan sekadar tempat untuk membeli minuman.

Transformasi pola konsumsi tersebut turut mendorong peningkatan konsumsi kopi domestik secara signifikan. Menurut catatan Gabungan Asosiasi Eksportir

Kopi Indonesia (AEKI, 2023), konsumsi kopi domestik Indonesia meningkat dari 294 ribu ton pada 2018 menjadi 395 ribu ton pada 2023, dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 6,1% per tahun. Pertumbuhan ini didukung oleh meningkatnya produktivitas perkebunan kopi di berbagai daerah penghasil utama, seperti Aceh, Sumatera Selatan, Lampung, dan Flores, sekaligus membuka peluang bisnis yang semakin luas di sisi hilir industri kopi, termasuk bisnis *coffee shop*. Perkembangan konsumsi kopi domestik Indonesia selama periode 2018–2023 disajikan pada Gambar 1.1 berikut.

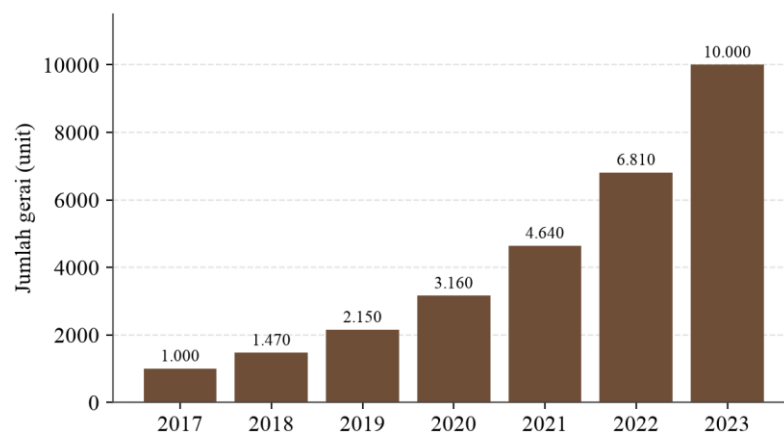


Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Domestik Indonesia Tahun 2018–2023
Sumber: Gabungan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI), 2023 (diolah)

Pertumbuhan konsumsi kopi yang masif ini mendorong berkembangnya agroindustri hilir berbasis kopi, salah satunya melalui bisnis *coffee shop*. Ditinjau dari sisi agribisnis, *coffee shop* termasuk dalam agroindustri karena memproses bahan baku pertanian berupa biji kopi menjadi produk siap konsumsi yang memberikan nilai tambah ekonomi. Menurut Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2020), agroindustri merupakan kegiatan industri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku utama, mengubahnya menjadi produk dengan nilai tambah lebih tinggi, dan menyalurkannya kepada konsumen akhir. Oleh karena itu, *coffee shop* tidak hanya berfungsi sebagai usaha jasa semata, tetapi juga

menjadi bagian hilir dari sistem agroindustri kopi nasional yang turut menciptakan nilai tambah sekaligus menyerap tenaga kerja.

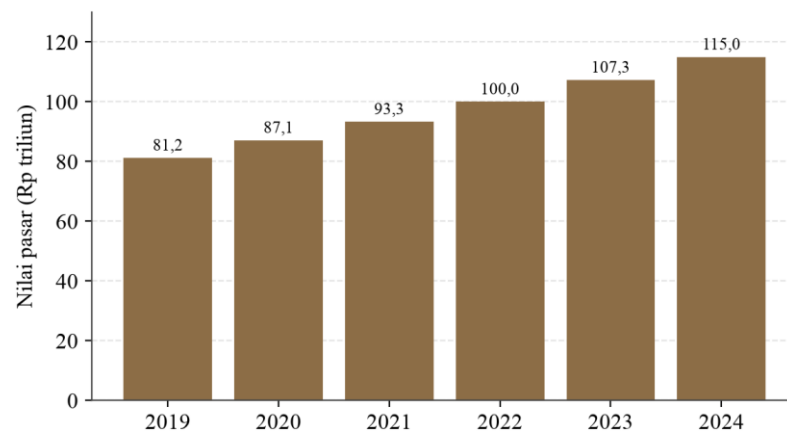
Sejalan dengan meningkatnya konsumsi kopi, perkembangan agroindustri *coffee shop* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Berdasarkan data Toffin Indonesia (2023), jumlah gerai *coffee shop* di Indonesia meningkat drastis dari sekitar 1.000 gerai pada tahun 2017 menjadi lebih dari 10.000 gerai pada akhir tahun 2023. Pertumbuhan ini dipercepat oleh munculnya berbagai merek lokal yang mengedepankan konsep unik dengan harga terjangkau, kemudahan perizinan usaha lewat sistem *Online Single Submission* (OSS), serta tersedianya platform distribusi digital seperti GoFood dan GrabFood yang memperluas jangkauan pasar. Meningkatnya literasi wirausaha di kalangan generasi muda juga turut mendorong semakin banyak orang untuk terjun ke bisnis *coffee shop*. Namun demikian, peningkatan jumlah pelaku usaha tersebut juga berdampak pada meningkatnya tingkat persaingan, sehingga tidak semua usaha mampu bertahan dalam jangka panjang. Pertumbuhan jumlah gerai *coffee shop* di Indonesia sepanjang tahun 2017–2023 ditampilkan pada Gambar 1.2 berikut.



Gambar 1.2 Pertumbuhan Jumlah Gerai Coffee Shop di Indonesia
Tahun 2017-2023

Sumber: Toffin Indonesia, 2023 (diolah)

Dari sisi nilai ekonomi, industri kopi Indonesia juga menunjukkan tren yang sangat positif. Menurut Gabungan Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI, 2023) dan Statista (2023), industri kopi Indonesia memiliki nilai pasar Rp 81,2 triliun pada tahun 2019 yang diperkirakan tumbuh hingga Rp 115 triliun pada tahun 2024, dengan laju pertumbuhan rata-rata 7,2% per tahun. Pertumbuhan nilai pasar ini mencakup seluruh rantai nilai industri kopi, mulai dari budidaya, pengolahan primer, hingga ritel dan layanan kedai kopi. Segmen *food service* diperkirakan menyumbang kontribusi sebesar 35–40% dari total nilai pasar industri kopi pada tahun 2023, mencerminkan besarnya peran *coffee shop* dalam perekonomian industri kopi nasional. Perkembangan nilai pasar industri kopi Indonesia pada periode 2019–2024 (angka tahun 2024 merupakan proyeksi) disajikan pada Gambar 1.3 berikut.

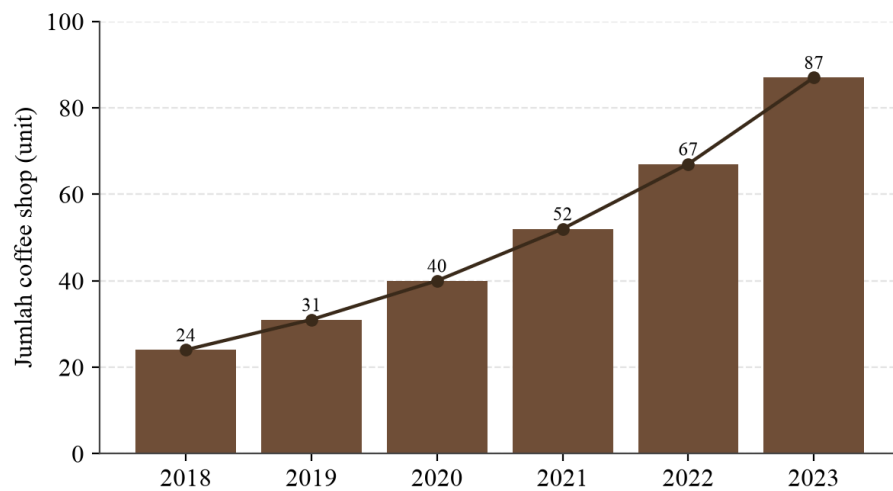


Gambar 1.3 Nilai Pasar Industri Kopi Indonesia Tahun 2019–2024
Sumber: Statista dan AEKI, 2023 (diolah)

Tren pertumbuhan agroindustri *coffee shop* tidak hanya terjadi di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Bandung, tetapi juga merambah ke kota-kota menengah di Jawa Timur, termasuk Kota Madiun. Kota Madiun yang dikenal sebagai Kota Pendekar merupakan pusat pertumbuhan ekonomi di wilayah Jawa

Timur bagian barat dengan luas wilayah sekitar 33,23 km² dan populasi yang mencapai lebih dari 200 ribu jiwa. Kota ini memiliki posisi geografis yang sangat strategis sebagai simpul transportasi darat antara Surabaya, Solo, dan Yogyakarta, sehingga menjadikannya kota transit yang ramai sekaligus pusat aktivitas ekonomi bagi wilayah sekitarnya, yaitu Kabupaten Madiun, Kabupaten Magetan, Kabupaten Ngawi, dan Kabupaten Ponorogo. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Madiun (2023), sekitar 42% penduduk Kota Madiun berada pada kelompok usia produktif 20–40 tahun, yang merupakan segmen konsumen utama bisnis *coffee shop*. Keberadaan sejumlah perguruan tinggi, kawasan perkantoran pemerintah, serta badan usaha milik negara turut memperluas basis konsumen potensial bagi bisnis kedai kopi di kota ini.

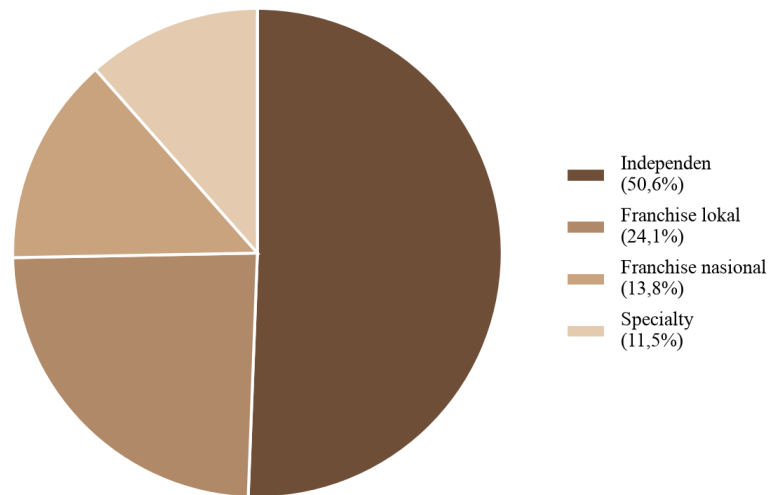
Sejalan dengan potensi pasar tersebut, jumlah *coffee shop* di Kota Madiun mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Berdasarkan kombinasi data Dinas Perdagangan dan Perizinan Kota Madiun (2023) dan observasi lapangan, kedai kopi di Kota Madiun tumbuh pesat dari 24 unit (2018) menjadi 87 unit pada akhir 2023, atau meningkat lebih dari tiga kali lipat dalam kurun waktu lima tahun. Lonjakan tersebut mencerminkan *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) sebesar 29,4%, yang jauh melampaui rata-rata nasional di kisaran 15–20% per tahun pada rentang waktu tersebut. Pesatnya pertumbuhan ini mencerminkan besarnya daya tarik bisnis *coffee shop* di Kota Madiun, sekaligus menjadi indikasi ketatnya persaingan yang mesti dihadapi para pelaku usaha. Kondisi tersebut menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki perencanaan finansial yang matang agar mampu bertahan di tengah persaingan. Pertumbuhan jumlah *coffee shop* di Kota Madiun selama periode 2018–2023 ditampilkan pada Gambar 1.4 berikut.



Gambar 1.4 Pertumbuhan Jumlah Coffee Shop di Kota Madiun Tahun 2018–2023
Sumber: Dinas Perdagangan dan Perizinan Kota Madiun, 2023 (diolah)

Dari sisi segmentasi, lanskap bisnis *coffee shop* di Kota Madiun terdiri dari beragam tipe usaha. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan penelusuran platform Google Maps pada pertengahan tahun 2023, dari total 87 gerai *coffee shop* yang aktif beroperasi, sebanyak 50,6% merupakan usaha independen tanpa afiliasi waralaba, 24,1% merupakan gerai *franchise* lokal seperti Janji Jiwa, Kopi Nako, dan Kopi Soe, sementara 13,8% merupakan gerai *franchise* nasional berskala lebih besar seperti Kopi Kenangan dan Fore Coffee. Sisanya sebanyak 11,5% merupakan *coffee shop* berkonsep *specialty* yang menasar segmen konsumen premium (Dinas Perdagangan dan Perizinan Kota Madiun, 2023).

Kondisi ini menunjukkan bahwa agroindustri *coffee shop* skala kecil mendominasi pasar Kota Madiun, meskipun menghadapi tekanan kompetitif yang semakin ketat dari pemain waralaba bermodal besar. Dominasi usaha skala kecil tersebut umumnya ditopang oleh modal terbatas dan pengelolaan yang masih sederhana, sehingga posisinya rentan ketika persaingan meningkat. Komposisi segmentasi jenis *coffee shop* yang beroperasi di Kota Madiun pada tahun 2023 disajikan pada Gambar 1.5 berikut.



Gambar 1.5 Segmentasi Jenis Coffee Shop di Kota Madiun Tahun 2023
Sumber: Dinas Perdagangan dan Perizinan Kota Madiun, 2023

Ketatnya persaingan tersebut menuntut agroindustri skala kecil untuk tidak hanya mengandalkan besarnya peluang pasar, tetapi juga kemampuan pelaku usaha dalam mengelola aspek keuangan secara efektif demi mencapai keberhasilan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia (2023), sumbangan UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai sekitar 61%, dengan penyerapan lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Namun di sisi lain, sekitar 60% UMKM baru mengalami kegagalan dalam tiga tahun pertama operasionalnya, di mana ketidakmampuan dalam mengelola arus kas serta melakukan analisis keuangan yang baik merupakan salah satu penyebab utamanya. Fakta ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku agroindustri skala kecil belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang terstruktur dan belum melakukan analisis kelayakan usaha secara sistematis, sehingga pengambilan keputusan bisnis cenderung bersifat intuitif dan meningkatkan risiko kegagalan usaha.

Secara teoretis, permasalahan tersebut dapat dijelaskan melalui pendekatan *capital budgeting theory* dalam manajemen keuangan. Brigham dan Ehrhardt

(2017) menegaskan bahwa keputusan investasi harus didasarkan pada analisis kelayakan finansial yang komprehensif guna memaksimalkan nilai usaha (*value maximization*), di mana kelayakan investasi dapat diukur melalui *Net Present Value* (NPV) dan *Internal Rate of Return* (IRR). Kelayakan suatu proyek ditunjukkan oleh nilai NPV yang positif dan IRR yang berada di atas tingkat suku bunga yang dipersyaratkan. Gitman dan Zutter (2019) juga menekankan bahwa *Payback Period* (PP) berperan sebagai indikator penting untuk mengukur tingkat pengembalian serta risiko investasi. Sementara itu, Kasmir dan Jakfar (2019) menyatakan bahwa studi kelayakan usaha merupakan alat penting untuk meminimalkan risiko investasi, karena memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kelayakan finansial suatu usaha sebagai dasar pengambilan keputusan yang rasional dan terukur. Tanpa adanya analisis kelayakan yang sistematis, pelaku usaha rentan membuat keputusan investasi yang tidak tepat, sehingga berpotensi membahayakan kelangsungan usaha.

Berbagai penelitian terdahulu telah membuktikan pentingnya analisis kelayakan finansial bagi keberhasilan usaha kuliner dan minuman. Sasmita *et al.*, (2024) dalam penelitiannya pada Coffee Shop Puntang Wangi menemukan bahwa fluktuasi harga bahan baku sebesar 5–10% mampu menggerus nilai NPV secara signifikan, sehingga analisis sensitivitas menjadi komponen yang tidak dapat diabaikan. Sulastri dan Kurniawan (2021) menyimpulkan bahwa faktor utama yang membedakan kafe yang berhasil dengan yang gagal adalah kemampuan pemilik dalam menghitung modal kerja serta memproyeksikan arus kas dengan akurat. Sementara itu, Rahayu dan Santoso (2022) menemukan bahwa UMKM kuliner yang menerapkan analisis NPV dan IRR dalam perencanaan usahanya rata-rata

mampu mencapai titik impas 8–12 bulan lebih cepat dibandingkan UMKM yang tidak menerapkan pendekatan serupa. Secara konsisten, hasil penelitian-penelitian itu membuktikan bahwa analisis kelayakan finansial yang sistematis merupakan instrumen yang sangat vital dalam mendukung keberlangsungan usaha *coffee shop*, terlebih di tengah kondisi persaingan yang semakin ketat.

Penelitian mengenai kelayakan finansial *coffee shop* telah banyak dilakukan di berbagai daerah seperti Bandung, Denpasar, Pekanbaru, Lhokseumawe, dan Kudus. Namun sebagian besar penelitian tersebut dilakukan pada *coffee shop* yang telah berkembang atau berada di kota besar. Sampai sekarang, masih sedikit sekali penelitian yang secara khusus menelaah kelayakan finansial *coffee shop* independen skala UMKM di Kota Madiun dengan menggunakan kombinasi analisis NPV, IRR, B/C Ratio, *Payback Period*, dan analisis sensitivitas. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan mampu mengisi kesenjangan penelitian tersebut.

Di tengah geliat bisnis *coffee shop* yang terus berkembang di Kota Madiun, di antara pelaku usaha yang merespons peluang tersebut adalah Gulali Coffee. Gulali Coffee merupakan usaha agroindustri kedai kopi berskala mikro-kecil yang berlokasi di Kota Madiun, menyajikan beragam minuman berbasis kopi maupun non-kopi dengan konsep yang ramah di kantong, tetapi tetap mengedepankan kualitas dan keunikan racikan. Pemilihan Gulali Coffee sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, Gulali Coffee merupakan representasi dari usaha *coffee shop* independen berskala UMKM yang sedang dalam fase pengembangan, sehingga hasil analisis kelayakan finansial akan sangat relevan bagi keputusan strategis usaha tersebut ke depan. Kedua, tersedianya data keuangan usaha yang relatif lengkap dan dapat diakses untuk keperluan penelitian,

termasuk catatan investasi awal, struktur biaya operasional, dan data pendapatan usaha. Ketiga, Gulali Coffee memiliki karakteristik yang merepresentasikan kondisi umum usaha *coffee shop* UMKM independen di Kota Madiun, mulai dari skala modal, konsep usaha, hingga segmen pasar yang disasar. Keempat, hingga kini analisis kelayakan usaha secara komprehensif terhadap Gulali Coffee belum pernah dilakukan, sehingga penelitian ini memiliki nilai kontribusi yang nyata bagi ekosistem usaha sejenis di Kota Madiun.

Berdasarkan seluruh uraian di atas, terdapat urgensi yang kuat dan berlapis untuk melakukan analisis kelayakan usaha Gulali Coffee berdasarkan aspek finansial secara mendalam dan sistematis. Urgensi tersebut bersumber dari: (1) tingginya potensi pasar *coffee shop* di Kota Madiun yang terus tumbuh pesat; (2) ketatnya persaingan yang menuntut fondasi finansial yang kuat; (3) keterbatasan kajian akademis tentang agroindustri *coffee shop* di kota menengah, khususnya Kota Madiun; serta (4) kebutuhan nyata Gulali Coffee sebagai UMKM untuk mendapatkan gambaran yang akurat mengenai kelayakan investasinya. Dengan menggunakan indikator kelayakan finansial berupa NPV, IRR, *Payback Period*, *B/C Ratio*, dan analisis sensitivitas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi kelayakan usaha sekaligus menjadi landasan bagi pengambilan keputusan bisnis yang rasional, efisien, dan berkelanjutan. Atas dasar itulah, peneliti menetapkan judul penelitian "Analisis Kelayakan Usaha Berdasarkan Aspek Finansial pada Coffee Shop Gulali Coffee di Kota Madiun". Penelitian ini memiliki kebaruan pada tiga aspek, yaitu:

1. Objek penelitian berupa *coffee shop* independen skala UMKM.
2. Dilakukan di Kota Madiun yang belum banyak diteliti.

3. Mengombinasikan analisis biaya usaha, NPV, IRR, B/C Ratio, *Payback Period*, dan analisis sensitivitas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana struktur biaya, penerimaan, dan pendapatan usaha Gulali Coffee di Kota Madiun?
2. Apakah usaha Gulali Coffee layak secara finansial berdasarkan indikator *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Benefit and Cost Ratio* (B/C Ratio), *Payback Period* (PP), dan analisis sensitivitas?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis struktur biaya, penerimaan, dan pendapatan usaha Gulali Coffee di Kota Madiun.
2. Menganalisis kelayakan usaha Gulali Coffee berdasarkan aspek finansial menggunakan indikator *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Benefit and Cost Ratio* (B/C Ratio), *Payback Period* (PP), dan analisis sensitivitas.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah mengenai analisis kelayakan finansial usaha coffee shop berbasis UMKM, khususnya melalui penerapan indikator *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Benefit and Cost Ratio* (B/C Ratio), *Payback Period* (PP), dan

analisis sensitivitas. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan referensi dan bahan kajian bagi pengembangan riset selanjutnya pada bidang agribisnis, terutama yang berkaitan dengan studi kelayakan usaha agroindustri skala UMKM.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemilik

Bagi pemilik Gulali Coffee, temuan penelitian ini diharapkan mampu menjadi landasan dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi. Melalui gambaran kelayakan finansial yang akurat dan terukur, pemilik dapat menentukan langkah strategis yang tepat, baik untuk mempertahankan, mengembangkan, maupun mengevaluasi kelangsungan usaha ke depan.

b. Bagi Pemerintah

Bagi pemerintah, temuan penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan dalam penyusunan kebijakan terkait pembinaan serta pendampingan UMKM. Informasi mengenai kelayakan finansial usaha coffee shop dapat digunakan untuk merumuskan program penguatan pelaku usaha, terutama dalam aspek pengelolaan keuangan dan analisis kelayakan usaha.

c. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi sekaligus informasi bagi akademisi dalam melakukan penelitian lanjutan. Kajian ini dapat dikembangkan lebih jauh pada objek serupa, baik pada sektor *coffee shop* maupun agroindustri skala UMKM lainnya, sehingga memperluas khazanah kajian analisis kelayakan usaha di bidang agribisnis